

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TOKO ROTI BOBO BAKERY DI KOTA PEKANBARU

ANALYSIS STATISFIED OF BOBO BREAD BAKERY'S CUSTOMERS IN PEKANBARU CITY

Jonrio Canway, Fajar Restuhadi, Eri Sayamar
Jonrio_canway@yahoo.com

ABSTRACT

Bread's industry have a good prospect in the future. One of many kind bread's industry that old and eksist until now is bobo bread's bakery. This business has producted since 1983 located on jalan kuras number 19 Kecamatan Senapelan Kelurahan Kampung Baru in Pekanbaru City. The analysis data use method descriptive quatitative by statistical product service solution (SPSS) version 17. Characteristic security product (permitted, higienis and safety to consume) negative relation and very real with customers address principle security product, it's more important for customer. Characteristic of customers for income every month it's real with fasty attribute service, it's mean that customers who have in the middle income priority fasty service and characteristic bill out of customers every buy bread it's very real relation with the kind of taste and the kind of shape, it's mean customers priority taste because the buy according to their desire. The value of characteristic customers bobo bakery Pekanbaru in this research count 175.54 count by good scale.

Key word: Statisfied, Customers, Wish, Job, Marketing mix, Bobo Bread's Bakery

PENDAHULUAN

Roti salah satu makanan yang banyak dikonsumsi diberbagai negara, bahkan dijadikan sebagai makanan pokok karena sarat akan kandungan gizi yang dibutuhkan untuk metabolisme tubuh seperti karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral. Roti termasuk produk pangan yang populer di Indonesia dan konsumennya tersebar diberbagai lapisan masyarakat. Secara umum, roti terdiri dari dua jenis, yaitu roti manis dan roti tawar. Roti tawar biasa dikonsumsi sebagai sarapan pagi dengan menggunakan bahan pengisi seperti margarin, coklat dan *jam*. Roti manis mempunyai nilai kalori cukup tinggi sehingga dapat dijadikan alternatif pilihan konsumsi oleh para konsumen karena dapat mengenyangkan dan rasanya yang beraneka ragam juga disukai oleh konsumen di Indonesia.

Industri roti yang terus berkembang memiliki prospek yang cerah di masa depan. Para pesaing baru pun semakin bermunculan, tidak hanya perusahaan berskala kecil saja, namun juga dari perusahaan berskala besar yang mulai merambah di kota Pekanbaru. Perusahaan-perusahaan ini semakin gencar dalam

melakukan kegiatan pemasaran baik melalui promosi, inovasi produk, memperluas wilayah distribusi hingga menerapkan harga yang bersaing. Hal tersebut dilakukan agar dapat meraih pelanggan sebanyak-banyaknya.

Salah satu usaha industri roti yang di kota Pekanbaru adalah usaha industri Roti Bobo Bakery yang dilakukan oleh Bapak Robin Ong yang juga sekaligus pemilik usaha industri Roti Bobo Bakery. Usaha ini masih tetap bertahan pasar lokal karena usaha ini sudah cukup terkenal di masyarakat luas. Toko Roti “Bobo Bakery” telah berproduksi sejak tahun 1983. Berlokasi di Jalan Kuras No.19 Kecamatan Senapelan Kelurahan Kampung Baru. Usaha ini telah mendapatkan izin dari Dinas Kesehatan Pemerintah kota Pekanbaru.

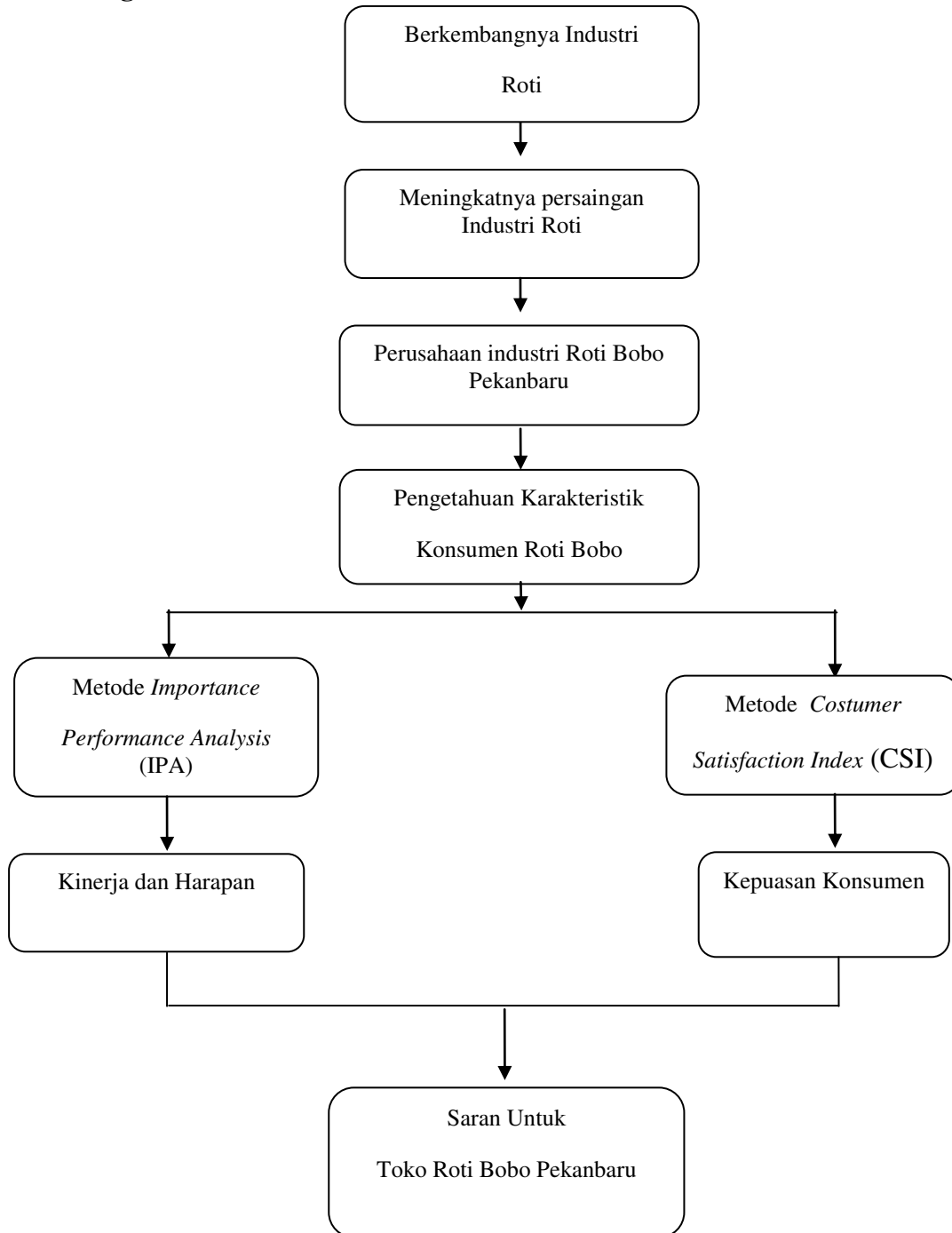
Roti Bobo Bakery ini awalnya hanya dipasarkan ke warung-warung yang dekat dengan usaha industri roti ini, namun beriring dengan banyaknya permintaan pelanggan maka usaha ini semakin maju dan berkembang. Ramainya pengunjung setiap hari di Toko Roti Bobo Bakery ini sendiri mengakibatkan pelayanan terhadap konsumen kurang memadai sehingga apabila konsumen ingin membeli produk maka konsumen harus menunggu cukup lama, hal ini menyebabkan konsumen merasa kurang puas, seharusnya kepuasan konsumen merupakan prioritas yang paling utama karena dapat menentukan keberlanjutan suatu perusahaan untuk kedepannya lagi.

Pesaing Toko Roti Bobo Bakery seperti Toko Roti Hoya dan Sari Roti sangat gencar melakukan promosi baik itu lewat brosur dan mengiklankan produknya untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Toko Roti Bobo Bakery perlu mengantisipasi hal tersebut agar bertahan dan dapat mengembangkan lagi usahanya agar lebih maju, dengan mengutamakan loyalitas terhadap konsumen sebab apabila loyalitas tercapai dengan maksimal maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan terhadap Toko Roti Bobo Bakery dan tidak beralih kepada pesaingnya sehingga perusahaan Roti Bobo Bakery tetap bertahan dapat meningkatkan profit usahanya. Berdasarkan Permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis karakteristik pelanggan Toko Roti Bobo Bakery.
2. Menganalisis harapan dan kinerja atribut bauran pemasaran Toko Roti Bobo Bakery.
3. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut Roti Bobo Bakery.
4. Menganalisis hubungan antara karakteristik pelanggan Toko Roti Bobo Bakery dengan tingkat kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Kerangka Pemikiran



Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kuantitatif sebagai berikut uji validitas, uji reliabilitas, *importance performance analysis* (IPA), *costumer satisfaction index* (CSI), analisis korelasi rank spearman dan multiatribut fishbein (Ikhwan, 2007 dan Armaidah, 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pelanggan Toko Roti Bobo Bakery Pekanbaru

Karakteristik Pelanggan Toko Roti Bobo Bakery Pekanbaru sebagian besar adalah berumur 21-30 tahun sebanyak 64% dan berpendapatan rata-rata Rp. 1.500.00 - Rp. 2.500.000/bulan sebanyak 82 orang atau sebesar 68%.

Analisis Harapan Atribut Bauran Pemasaran

Pelanggan Toko Roti Bobo Bakery mempunyai harapan mengenai bagaimana kinerja dan kualitas dari layanan yang akan mereka terima dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka dalam membeli produk. Harapan dari para pelanggan mengenai kinerja dan kualitas pelayanan yang diinginkan dari Toko Roti Bobo Bakery dapat dilihat pada atribut yang dianggap penting bagi mereka. Hasil dari penilaian tingkat kepentingan atribut dapat diperoleh melalui kuesioner yang menanyakan mengenai seberapa penting atribut-atribut layanan tersebut. Pada Tabel 7 disajikan nilai rata-rata tingkat kepentingan (*Average Importance Score*) untuk masing-masing atribut dan rata-rata totalnya.

Tabel 7. Analisis Harapan Atribut Bauran Pemasaran

No	No. atribut		Atribut kualitas jasa	Rataan	Kategori
1	4	Produk	Kecepatan pelayanan	4.34	Penting
2	6		Variasi rasa dan rasa roti yang enak	4.41	Penting
3	7		Variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik	4.04	Penting
4	8		Jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi).	4.52	Penting
5	5	Harga	Rata-rata	4.33	Penting
			Harga yang terjangkau	4.31	Penting
			Rata-rata	4.31	Penting
2	1	Lokasi	Lokasi Toko yang strategis	4.36	Penting
7	2		Kebersihan dan kenyamanan toko	4.27	Penting
8	9		Areal parkir	4.20	Penting
9	10		Penataan interior dan eksterior ruangan	4.19	Penting
10	3	Promosi	Rata – rata	4.25	Penting
			Keramahan dan kesopanan karyawan	4.45	Penting
			Rata-rata	4.45	Penting

Sumber: Data Olahan, 2013

Pada Tabel 7 dapat terlihat bahwa atribut yang dianggap paling penting oleh pelanggan adalah atribut jaminan produk, pelanggan menilai kehalalan, ke higienisan dan keamanan produk untuk dikonsumsi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena para pelanggan umumnya adalah masyarakat muslim yang mementingkan kehalalan produk yang dikonsumsi, selain itu jaminan ke higienisan dan keamanan produk juga penting bagi para pelanggan karena berhubungan dengan kesehatan mereka. Nilai rata-rata dari jaminan produk yaitu sebesar 4,52. Untuk atribut yang memiliki nilai rata-rata terendah

dibandingkan atribut lainnya adalah atribut variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik yaitu dengan nilai rata-rata sebesar 4.04. Artinya pelanggan beranggapan bahwa variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik dinilai kurang penting dibandingkan atribut lainnya karena bagi para pelanggan yang penting bagi mereka adalah kualitas produk yang akan dikonsumsi.

Analisis Tingkat Kinerja Atribut Bauran Pemasaran

Penilaian tingkat kinerja memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercapai apabila kinerja perusahaan sesuai dengan kepentingannya. Dalam tahap ini pelanggan diminta untuk menilai kinerja yang telah dilakukan oleh Toko Roti Bobo Bakery. Hasil penilaian terhadap kinerja Toko Roti Bobo Bakery dapat dilihat pada Tabel 8.

Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa keramahan dan kesopanan karyawan merupakan atribut yang memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan atribut lainnya pada kinerja yang telah dilakukan oleh Toko Roti Bobo Bakery yaitu sebesar 4,23. Artinya pelanggan sangat memperhatikan keramahan dan kesopanan karyawan, selain itu atribut ini juga memiliki tingkat kepuasan yang paling tinggi dibandingkan atribut lainnya bagi pelanggan

Tabel 8. Analisis Kinerja Atribut Bauran Pemasaran

No	No. atribut	Atribut kualitas jasa	Rataan	Kategori
1	4 Produk	Kecepatan pelayanan	4.16	Baik
2	6	Variasi rasa dan rasa roti yang enak	4.09	Baik
3	7	Variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik	4.00	Baik
4	8	Jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi).	4.17	Baik
		Rata-rata	4.10	Baik
5	5 Harga	Harga yang terjangkau	4.05	Baik
		Rata-rata	4.05	Baik
2	1 Lokasi	Lokasi Toko yang strategis	3.69	Cukup Baik
7	2	Kebersihan dan kenyamanan toko	4.08	Baik
8	9	Areal parkir	4.12	Baik
9	10	Penataan interior dan eksterior ruangan	4.14	Baik
		Rata – rata	4.08	Baik
10	3 Promosi	Keramahan dan kesopanan karyawan	4.23	Baik
		Rata-rata	4.23	Baik

Sumber: Data Olahan, 2013

Customer Satisfaction Index

Dari penilaian yang dilakukan oleh pelanggan Toko Roti Bobo Bakery, tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap atribut-atribut yang ada pada Toko Roti Bobo Bakery sudah cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang memiliki nilai sebesar 97,8%, artinya adalah tingkat

kepuasan total berada pada 0,81 – 1,00 yang berarti para pelanggan telah merasa puas terhadap kinerja yang dilakukan oleh Toko Roti Bobo Bakery, akan tetapi dengan persaingan yang semakin ketat sebaiknya Toko Roti Bobo Bakery tidak cepat puas dengan hasil yang telah didapatkan dan harus terus meningkatkan kepuasan para pelanggannya, untuk mengantisipasi keadaan dimasa mendatang agar dapat tetap bertahan dan meningkatkan profitnya.

Tabel 9. Analisis tingkat kepuasan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

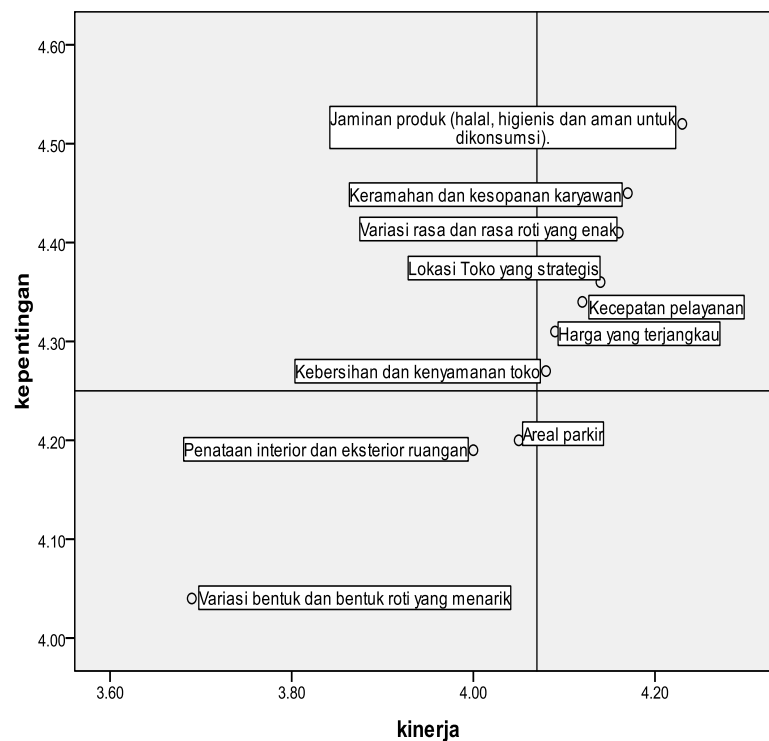
N o	No. atribut	Atribut kualitas jasa	MIS	WF (%)	MSS	WS
1	4	Produk	Kecepatan pelayanan	4,34	0,10	4,16
2	6		Variasi rasa dan rasa roti yang enak	4,41	0,10	4,09
3	7		Variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik	4,04	0,09	4,02
4	8		Jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi).	4,52	0,10	4,17
5	5	Harga	Harga yang terjangkau	4,31	0,10	4,05
2	1	Lokasi	Lokasi Toko yang strategis	4,36	0,10	3,69
7	2		Kebersihan dan kenyamanan toko	4,27	0,10	4,08
8	9		Areal parkir	4,22	0,10	4,12
9	1		Penataan interior dan eksterior ruangan	4,19	0,10	4,14
10	3	Promosi	Keramahan dan kesopanan karyawan	4,45	0,10	4,23
Jumlah			43,09	100	40,73	4,07
CSI			97,8%			

Sumber: Data Olahan, 2013

Analisis Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analisis digunakan untuk mengkaitkan antara pentingnya atribut-atribut yang ada pada Toko Roti Bobo Bakery dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggannya, sehingga memungkinkan pihak Toko Roti Bobo Bakery untuk memfokuskan usaha-usaha yang harus mereka lakukan.

Pada diagram kartesius dapat dilihat posisi masing-masing atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Toko Roti Bobo Bakery pada kuadrannya masing-masing. Interpretasi dari *Importance Performance and Analisis* itu dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 12 . Diagram Kartesius *Importance and Performance Analysis*

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap sangat penting oleh konsumen, tetapi pihak Toko Roti Bobo Bakery sudah melaksanakannya sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, sehingga tidak ada atribut yang berada pada kuadran I (Prioritas Utama).

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan telah dilaksanakan dengan baik oleh pihak Toko Roti Bobo Bakery sehingga pelanggan merasa puas dengan atribut-atribut yang berada pada kuadran II tersebut. Oleh karena itu atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini perlu dipertahankan tingkat kinerjanya oleh Toko Roti Bobo Bakery. Hal ini Pihak Toko Roti Bobo Bakery sudah melakukan hal-hal yang tepat terhadap atribut-atribut yang memang dinilai penting oleh pelanggan.

Jaminan Produk memiliki peranan yang sangat penting bagi pelanggan, karena jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi) sangat penting bagi pelanggan sebab jika produk yang dijual tidak terjamin maka pelanggan tidak mau untuk membeli dan mengkonsumsi Roti Bobo Bakery. Karena Roti Bobo Bakery adalah roti yang terjamin kehalalan dan kehygienisannya serta aman untuk dikonsumsi sebab Roti Bobo Bakery dibuat dari bahan-bahan yang berkualitas, tanpa pengawet dan dibuat setiap hari. Keramahan dan kesopanan karyawan perlu dipertahankan agar konsumen merasa diperhatikan serta merasa terlayani dengan baik karena hal ini sangat berpengaruh pada keberlanjutan usaha roti ini. Apabila hal ini tidak diperhatikan mungkin akan menyebabkan pelanggan beralih ke produk yang sejenis.

Variasi dan rasa merupakan hal yang penting bagi pelanggan dengan rasa roti yang enak pelanggan akan merasa puas dan akan datang kembali untuk membeli Roti Bobo Bakery ini kembali sebab toko ini menyediakan enam jenis varian rasa agar konsumen tidak merasa bosan. Variasi akan mencegah kebosanan pelanggan. Lokasi toko memiliki peranan yang sangat penting bagi pelanggan, dengan lokasi Toko Roti Bobo Bakery yang cukup strategis memudahkan pelanggan untuk mencapai lokasi dan urutan terakhir pada Kuadran II adalah kecepatan pelayanan yang perlu dipertahankan agar tetap diperhatikan. Dari hasil survey untuk satu orang pelanggan dengan kapasitas pemesanan sebanyak 20 bungkus, membutuhkan waktu lebih kurang 4 menit karena pelayan yang melayani pelanggan sebanyak 2 orang dengan tugas satu orang yang mengambil roti yang dipesan dan satu orang lagi yang memegang kantong untuk tempat roti yang dipesan, karena roti telah dipisahkan berdasarkan rasa sehingga memudahkan dalam pengambilan pesanan roti pelanggan. Kemudian Harga juga merupakan hal yang perlu di pertahankan agar mampu bersaing dengan produk roti sejenisnya seperti Roti Hoya dan Sari Roti, karena produk ini merupakan pesaing baru bagi Toko Roti Bobo Bakery, selanjutnya adalah Kebersihan dan kenyamanan toko perlu di pertahankan agar pelanggan merasa nyaman dan tidak risih saat membeli Roti Bobo Bakery.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran III terdapat atribut yang memiliki *performance* dan *importance* yang rendah, dengan kata lain atribut ini dirasakan kurang penting pengaruhnya oleh pelanggan dan pelanggan kurang puas dengan atribut ini. Areal parkir (atribut 9) tidak menjadi prioritas yang terlalu penting bagi pelanggan, karena sesudah pelanggan membeli Roti Bobo Bakery yang pesan, mereka langsung kembali pulang. Penataan interior dan eksterior ruangan (atribut 10) tidak begitu menjadi perhatian bagi pelanggan, karena tempat penjualan Toko Roti Bobo Bakery cukup sederhana tidak berlebihan dan yang terakhir adalah variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik (atribut 7). Atribut ini juga tidak menjadi perhatian lebih bagi pelanggan Toko Roti Bobo Bakery karena mereka sudah mengetahui dari dulu bahwa bentuk Roti Bobo Bakery ini hanya satu saja, yaitu berbentuk seperti bantal papan.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV ini menunjukkan atribut yang dirasa kurang penting oleh konsumen, tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik sehingga pelanggan menilai kinerja tersebut dirasakan berlebihan. Akan tetapi tidak ada atribut yang berada pada kuadran ini. Ini menunjukkan bahwa Pihak Toko Roti Bobo Bakery sudah melakukan manajemen perusahaan yang baik sehingga tidak ada atribut bauran pemasaran yang dirasakan berlebihan oleh Konsumen.

Hubungan Antara Karakteristik Konsumen Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen Toko Roti Bobo Bakery

Hubungan antara karakteristik pelanggan dengan tingkat kepuasan atribut pada tingkat kepuasan konsumen Toko Roti Bobo Bakery kota Pekanbaru dianalisis menggunakan uji korelasi *rank spearman*. Data jenis kelamin, jenis

pekerjaan dan status perkawinan tidak dicantumkan pada Tabel 11 karena data tersebut adalah data nominal.

Menurut **Nazir, (2003)** data nominal adalah ukuran yang paling sederhana, dimana angka yang diberikan kepada objek mempunyai arti sebagai label dan tidak menunjukkan tingkatan apapun. Ciri-ciri data nominal adalah hanya memiliki atribut dan nama. Data nominal merupakan data diskrit dan tidak memiliki urutan, sementara itu uji korelasi *rank spearman* hanya bisa dihitung jika data yang digunakan adalah data ordinal dan data rasio. Data ordinal adalah data yang memiliki nama (atribut), juga memiliki peringkat atau urutan. Angka yang diberikan mengandung tingkatan. Data ini digunakan untuk mengurutkan objek dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi atau sebaliknya, sedangkan data rasio adalah data yang memiliki sifat seperti data yang lainnya yaitu memiliki nama (atribut), tingkatan, urutan, jarak yang sama pada pengukuran dan ditambah satu sifat lain yakni ukuran yang memberikan keterangan tentang nilai absolut dari objek yang diukur (**Nazir, 2003**).

Tabel 11. Hubungan karakteristik konsumen dan kepuasan konsumen Toko Roti Bobo Bakery Pekanbaru

Atribut	UM	AL	PDK	TP	PG
Lokasi toko yang strategis	.091	-.063	-.033	-.003	-.057
Kebersihan dan kenyamanan toko	-.049	-.135	.155	-.040	.194
Keramahan dan kesopanan karyawan	-.014	.067	.137	.125	.044
Kecepatan pelayanan	.060	.039	.002	.220*	.119
Harga yang terjangkau	-.055	.077	-.011	.076	.014
Variasi rasa dan rasa roti yang enak	-.059	-.137	-.028	.154	.270**
Variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik	-.033	.155	-.060	.043	.215*
Jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi).	-.041	-.299**	-.032	.071	.042
Areal parkir	-.097	.103	.041	.101	.076
Penataan interior dan eksterior ruangan	.138	.156	-.126	.119	.191

Sumber: Data Olahan, 2013

Keterangan:

-	= Hubungan tidak nyata	PDK	= Pendidikan
*	= Berhubungan nyata	TP	= Tingkat Pendapatan
**	= Berhubungan sangat nyata	PG	= Pengeluaran
UM	= Umur	AL	= Alamat

Untuk karakteristik konsumen Toko Roti Bobo Bakery, atribut jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi) berhubungan negatif dan sangat nyata dengan alamat sebesar **-.299****. Artinya konsumen lebih mengutamakan jaminan produk, hal ini yang paling utama yang dicari konsumen meskipun alamat konsumen jauh dari lokasi Toko Roti Bobo Bakery.

Untuk karakteristik konsumen, pendapatan/bulan berhubungan nyata dengan atribut kecepatan pelayanan sebesar **.220***, artinya semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin tinggi tingkat kepentingan terhadap atribut tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berpendapatan menengah

ke atas akan lebih mementingkan kecepatan pelayanan, karena merupakan prioritas utama konsumen.

Terakhir karakteristik konsumen pengeluaran dalam sekali beli berhubungan sangat nyata dengan variasi rasa dan rasa roti yang enak sebesar .270** dan variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik berhubungan nyata sebesar .215*, artinya dimana konsumen dalam melakukan pembelian lebih mengutamakan rasa karena mereka membeli sesuai dengan keinginan rasa yang mereka kehendaki sementara untuk bentuk roti hanya berhubungan nyata sebab bentuk Roti Bobo Bakery itu hanya satu jenis saja tidak ada pilihan bentuk lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Karakteristik konsumen Toko Roti Bobo Bakery sebagian besar adalah berumur antara 21-30 tahun sebanyak 76 orang atau 64% dan bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 50 orang atau 42% dan berpendapatan rata-rata Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000/bulan sebanyak 82 orang atau sebesar 68%.
2. Berdasarkan hasil dari *Importance Performance Analysis* tidak ada terdapat pada Kuadran I (prioritas utama). Pada Kuadran II (pertahankan prestasi) terdapat lima atribut, yaitu jaminan produk, keramahan dan kesopanan karyawan, variasi rasa dan rasa roti yang enak, lokasi toko yang strategis dan yang terakhir adalah kecepatan pelayan. Untuk atribut yang berada pada Kuadran III (prioritas rendah) adalah areal parkir, penataan interior dan eksterior ruang serta variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik, pada Kuadran IV (berlebihan) tidak terdapat atribut bauran pemasaran.
3. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, diketahui bahwa nilai CSI adalah sebesar 97,8%, yaitu berada pada *range* 0,81 – 1,00 yang berarti para konsumen telah puas terhadap kinerja yang dilakukan oleh Toko Roti Bobo Bakery.
4. Untuk karakteristik konsumen Toko Roti Bobo Bakery, atribut jaminan produk (halal, higienis dan aman untuk dikonsumsi) berhubungan negatif dan sangat nyata dengan alamat sebesar -.299**. Artinya konsumen lebih mengutamakan jaminan produk, hal ini yang paling utama yang dicari konsumen meskipun alamat konsumen jauh dari lokasi Toko Roti Bobo Bakery dan karakteristik konsumen pengeluaran dalam sekali beli berhubungan sangat nyata dengan variasi rasa dan rasa roti yang enak sebesar .270** dan variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik berhubungan nyata sebesar .215* artinya dimana konsumen dalam melakukan pembelian lebih mengutamakan rasa karena mereka membeli sesuai dengan keinginan rasa yang mereka kehendaki sementara untuk bentuk roti hanya berhubungan nyata sebab bentuk dari Roti Bobo Bakery hanya satu jenis saja tidak ada pilihan bentuk lain.

Saran

1. Berdasarkan hasil dari *Importance Performance Analysis (IPA)* pihak Toko Roti Bobo Bakery hanya perlu melakukan perbaikan atau peningkatan kinerja pada atribut-atribut yang berada di kuadran III, yaitu areal parkir, penataan interior dan eksterior ruang dan variasi bentuk dan bentuk roti yang menarik hal ini perlu ditingkatkan lagi kinerjanya agar bisa masuk dalam kuadran II.

2. Diharapkan pihak Toko Roti Bobo Bakery mampu memberikan kenyamanan dalam membeli produk roti agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Toko Roti Bobo Bakery, sehingga konsumen akan terus berbelanja dan tidak beralih ke toko roti lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Armaidah. 2012. **Atribut Produk Dan Karakteristik Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Pembelian Buah Naga Putih (Hylocereus undatus)**. Fakultas Pertanian. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Ikhwan, A.M. 2007. **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Gumati Cafe-Bogor**. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://www.google.co.id/url?q=http://repository.ipb.ac.id/>. Diakses pada Tanggal 02 November 2013.
- Nazir, M. 2003. **Metode Penelitian. Ghalia Indonesia**. Jakarta <http://suhartoumm.blogspot.com/2008/12/transformasi-variabel-ordinal.html>. Diakses pada tanggal 15 September 2013